
Análise da Indústria Têxtil e do Vestuário

Estudo EDIT VALUE Empresa Júnior N.º 02



Eva Vasconcelos | Economia

26 de Outubro de 2006

Índice

1. Introdução.....	4
2. Indústria Têxtil e do Vestuário.....	6
2.1. Caracterização.....	6
2.2 O processo produtivo.....	6
2.3. Cadeia de Valor na ITV.....	8
2.4 Estrutura do sector.....	10
3. Indicadores sócio-económicos.....	17
3.1 Comércio Internacional da ITV.....	17
3.2 Balança Comercial Nacional da ITV.....	18
3.3 VAB na ITV.....	19
3.4 Produtividade, Volume de Negócios e Valor da Produção na ITV.....	20
3.5 Empresas e pessoal ao serviço na ITV.....	22
3.6 Custos/Perdas e Proveitos/Ganhos na ITV.....	24
3.7 Considerações Finais.....	25
4. Análise SWOT.....	27
4.1 Pontos fortes.....	27
4.2 Pontos fracos.....	27
4.3 Oportunidades.....	28
4.4 Ameaças.....	28
5. Caso de Estudo (Micropolis).....	29
5.1 Tecnologia.....	29
5.2 Produtos.....	29
5.3 Processo de Microencapsulamento.....	30
5.4 Tipos de Microcápsulas.....	30
5.5 A oportunidade.....	31
5.6 O futuro.....	32
6. Programas de apoio à ITV.....	33
6.1 POE - Programa Operacional da Economia.....	33
6.2 Programa Dínamo.....	33
6.3 Atlas do Investimento.....	34
6.4 AGIIRE - Gabinete de Intervenção Integrada para a Reestruturação Empresarial.....	34
6.5 PRIME - Programa de Incentivos à Modernização da Economia.....	34
6.6 IMIT - Iniciativa para a Modernização da Indústria Têxtil.....	35
6.7 Quadro Comunitário de Apoio III.....	35
7. Tendências futuras.....	36
8. Anexos.....	39
8.1 Classificação das Actividades económicas – Rev. 2.1.....	39
9. Bibliografia.....	42

9.1 Referências bibliográficas	42
9.2 Estudos publicados	42
9.3 Outras referências	42

1. Introdução

A Indústria Têxtil e do Vestuário (ITV) é uma das indústrias com maior representatividade na estrutura industrial portuguesa e desde sempre assumiu um papel de relevo em termos de emprego e peso na economia nacional. Trata-se de um sector maduro, fragmentado e sujeito a desajustamentos periódicos entre a oferta e a procura, cujo desempenho se encontra fortemente condicionado pelas flutuações da actividade económica mundial.

Actualmente atravessa uma fase de reestruturação e reconversão que se tem repercutido na eliminação de milhares de postos de trabalho como resultado da queda das barreiras ao comércio internacional e da emergência de um novo quadro regulador do comércio internacional de têxteis e vestuário. As fronteiras nacionais assumem um papel cada vez menos relevante para este sector, disperso ao longo do globo, fazendo com que os produtos da fileira sejam cada vez mais produtos globais sujeitos a uma procura cada vez mais homogénea no que respeita aos gostos e preferências dos consumidores. Com o fim das restrições quantitativas à entrada de têxteis, a forte pressão competitiva criada pelas economias de mão-de-obra barata, a mudança no paradigma económico, a modificação acelerada das preferências dos consumidores e a evolução da tecnologia, exige-se das empresas têxteis e do vestuário portuguesas um novo grau de capacidade concorrencial e de flexibilidade quer no que respeita aos produtos, como aos processos produtivos e estruturas de gestão.

Desvalorizado socialmente, o sector tem vindo, no entanto, a registar em Portugal comportamentos dinâmicos e competitivos em determinados subsectores e empresas, aproveitando alguns dos seus pontos fortes como a proximidade geográfica e cultural face ao mercado europeu, tradição e saber-fazer acumulado, custos salariais moderados face aos níveis europeus, reconhecimento internacional crescente dos produtos, realização de elevados investimentos de modernização tecnológica, desenvolvimento progressivo de uma cultura de qualidade e de resposta rápida. Os subsectores onde algumas empresas portuguesas se têm revelado dinâmicas e empreendedoras são sobretudo as lãs, têxteis técnicos, malhas e confecção. Contudo, neste último segmento Portugal está a perder quota de mercado a favor de países da própria União Europeia, mas sobretudo em relação aos denominados países de mão-de-obra barata que têm feito aumentar a sua presença no mercado mundial de forma visível. Tem-se verificado uma tendência de deslocalização da produção para países que beneficiam de vantagens comparativas em termos de custos de produção que levam as empresas portuguesas a instalar nesses países as suas próprias unidades produtivas ou a subcontratar a produção.

Dado o excesso de capacidade produtiva, o aparecimento de novos produtores, a liberalização internacional do mercado e a grande dependência das empresas do sector face aos clientes, a alternativa que se impõe à ITV portuguesa é uma reformulação dos modelos de negócio convencionais. As décadas de 80 e 90 ficaram marcadas por uma forte aposta na

modernização do sector, através do investimento em novas tecnologias, o que veio a revelar-se fundamental para o seu desenvolvimento. O efeito imediato das políticas implementadas neste período foi o aumento substancial das exportações e reforço da posição exportadora do sector no mercado internacional. Hoje, é necessário prosseguir esta estratégia e acrescentar novas formas de desenvolvimento que coloquem o sector em níveis mais elevados de competitividade e qualidade de emprego.

Toda esta envolvente implica uma rápida mudança da estratégia de actuação das empresas que operam no sector, sendo necessário reorientar políticas para assegurar a sobrevivência num mercado cada vez mais exigente. Para o efeito, importa conhecer o sector e avaliar a natureza das principais forças e fraquezas que condicionam a sua evolução. Em consequência, este trabalho pretende prestar um contributo na compreensão da trajectória recente do comportamento deste sector e traçar algumas perspectivas para o futuro.

Estamos perante uma abordagem indiferenciada do mercado. Em causa, está uma análise global através da qual se pretende fornecer uma visão actualizada da ITV quanto à sua estrutura, desempenho passado e tendências futuras, explorando as especificidades que a distinguem dos demais sectores de actividade.

O objectivo centra-se em estimar a dimensão do mercado para a ITV, com base nas variáveis económicas e sociais que interferem sobre a oferta e a performance do sector.

O estudo começa com uma caracterização da ITV no que respeita ao seu processo produtivo e à sua estrutura. Segue-se uma apresentação do contexto socio-económico em que se insere, através das grandes variáveis agregadas do mercado, sua dimensão e evolução nos últimos anos.

Numa terceira parte, procede-se a uma avaliação das forças e fraquezas, oportunidades e ameaças, dando corpo a uma análise estratégica conhecida como Análise SWOT. O trabalho termina com alguns capítulos dedicados às novas tendências que se avizinham (colocando um caso de estudo sobre uma empresa que aposta nos denominados “têxteis inteligentes”), sem esquecer os programas de apoio que os empresários do sector em análise podem utilizar para alavancarem as dinâmicas de vanguardismo e modernidade necessárias para enfrentarem o futuro.

Para realizar este estudo procedeu-se à recolha, selecção e tratamento de um vasto conjunto de informação estatística de carácter público disponibilizada pelo Instituto Nacional de Estatística. Recorremos ainda a dados já tratados por associações e instituições ligadas ao sector bem como a informação de natureza qualitativa sobre o mercado em análise. Neste sentido o presente trabalho constitui uma compilação de informação já trabalhada.

2. Indústria Têxtil e do Vestuário

2.1. Caracterização

De acordo com o código de Classificação das Actividades Económicas¹, a Indústria Têxtil e do Vestuário enquadra-se na secção das Indústrias Transformadoras e engloba a Fabricação de têxteis (CAE 17) e a Indústria do Vestuário, Preparação, Tingimento e Fabricação de artigos de peles com pêlo (CAE 18).

O Instituto Nacional de Estatística (INE) fornece um elevado nível de desagregação, permitindo identificar claramente o vasto conjunto de actividades associadas ao sector têxtil e do vestuário. Em anexo, estão disponíveis todas as divisões e subdivisões para uma melhor compreensão da amplitude do sector.

O sector é composto por duas indústrias que se organizam em fileira:

- A montante, a indústria têxtil, que engloba as seguintes etapas do processo produtivo: a preparação da fibra, a fição, a tecelagem, as malhas e os acabamentos (tinturaria, estamparia e ultimação);
- A jusante, a indústria de vestuário, que compreende a confecção de artigos de vestuário e os acessórios.

A fileira têxtil compreende o conjunto de processos de transformação que permitem a partir da fibra (matéria-prima de base), obter um produto acabado. Convém salientar que nem toda a produção do sector têxtil é destinada ao sector do vestuário, uma parte vai directamente para a distribuição (têxteis-lar) e outra é utilizada por outras indústrias (têxteis técnicos e artigos de revestimento).

2.2 O processo produtivo

A cadeia produtiva da ITV é composta por várias fases que, pela forma como se interrelacionam, dão origem a uma cadeia bastante linear. O processo inicia-se com a fição, passa pelas fases intermédias de tecelagem e acabamentos, surgindo como último elo da cadeia (mais próximo do consumidor), a indústria de confecções e vestuário.

Há, naturalmente, uma forte interdependência entre as várias etapas produtivas e, em última instância, entre os agentes envolvidos. Conforme é possível observar a partir da Figura 1, a montante encontram-se fornecedores e produtores de matéria-prima (fibras naturais, artificiais e sintéticas processadas nas indústrias química, agrícola e petroquímica), e a jusante a distribuição.

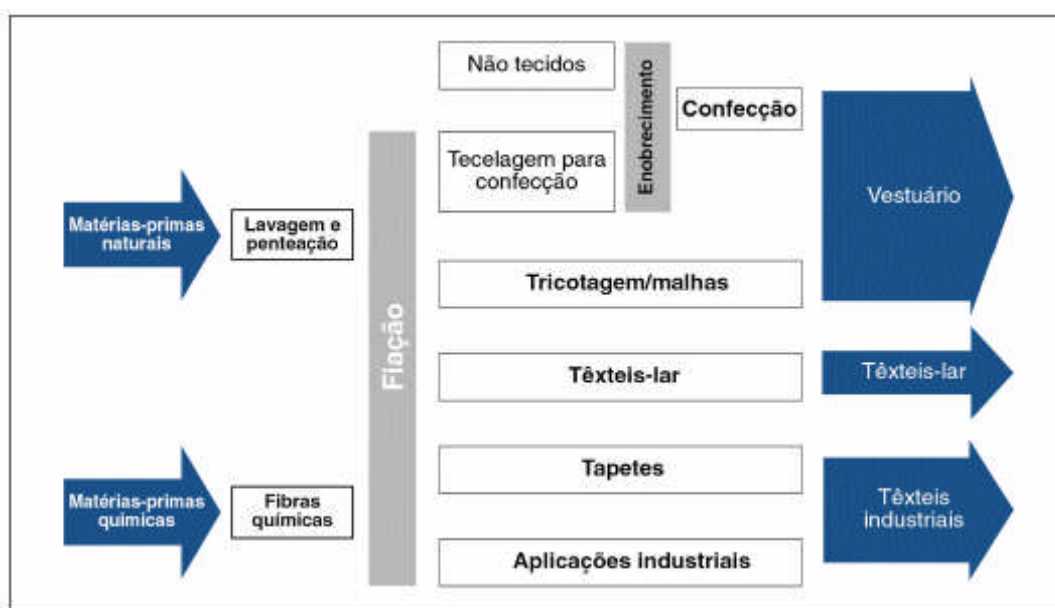
A segunda fase do processo, a fição, diz respeito à preparação de fibras necessárias à produção de fios naturais, artificiais ou sintéticos. As fibras naturais são obtidas pela

¹ (CAE - Rev. 2), alterado pelo Decreto-Lei n.º 197/2003, publicado no Diário da República de 27 de Agosto de 2003

transformação de produtos de origem natural (seda ou lã), mineral (amianto) e vegetal (algodão, linho, juta). As fibras artificiais são obtidas por intermédio da celulose natural e as sintéticas resultam de subprodutos do petróleo. Entre as sintéticas podem mencionar-se o poliéster, poliamida (nylon), acrílico, elastano (lycra) e propileno; entre as artificiais inclui-se o acetato e viscose.

Os produtos transformados nesta fase constituem a matéria-prima da fase que se segue, a tecelagem. Na tecelagem os tecidos resultam de processos técnicos distintos, que são a tecelagem de tecidos planos, a malharia e a tecnologia de não tecidos.

Figura 1: Cadeia produtiva da ITV



Fonte: O "Sector do Vestuário em Portugal" do Instituto para a Inovação na Formação, 1997

Os acabamentos dos produtos têxteis resultam de uma gama de operações que conferem conforto, durabilidade e propriedades específicas ao produto. A fase de acabamentos pode integrar-se tanto com a indústria têxtil, ao lado da fiação e da tecelagem, como com as confecções, no caso do acabamento da peça pronta. Os acabamentos podem ser de dois tipos: acabamentos químicos e acabamentos mecânicos. A última etapa do processo produtivo da cadeia têxtil-vestuário é a confecção de moldes, gradeamento, encaixe, corte e costura. Esta é a principal etapa da confecção e a que concentra a maioria das operações.

A dinâmica da indústria é dada pelo mercado final onde a indústria de confecções aparece como o seu maior consumidor isolado embora nos últimos anos, os produtos destinados ao uso doméstico e industrial estejam a ganhar uma importância cada vez maior na composição da procura global do sector. A competitividade do sector está intimamente relacionada com a eficiência verificada em cada um dos elos da cadeia produtiva e a qualidade final dos produtos está relacionada com a qualidade obtida em cada etapa.

O sector caracteriza-se por incorporar tecnologia desenvolvida noutros sectores, ou seja, os avanços tecnológicos no processo produtivo provêm dos avanços ocorridos na produção das matérias-primas, especialmente no desenvolvimento das fibras sintéticas e nas máquinas e equipamentos. Esta situação vem reforçar a dependência do desenvolvimento tecnológico dos sectores ligados à ITV. As empresas são dependentes de investimento em investigação e modernização para aumentar a eficácia das operações industriais, reduzir os custos e assegurar a competitividade internacional.

Os elos da cadeia produtiva diferem quanto à escala de operação e intensidade em mão-de-obra. O sector têxtil caracteriza-se por utilizar o factor capital de forma mais intensiva recorrendo a sistemas cada vez mais automatizados, de elevada tecnologia e mais flexíveis. O sector do vestuário utiliza intensivamente o factor trabalho, encontrando-se ainda num nível baixo de automatização.

Do que fica exposto, facilmente se deduz que há uma interligação natural entre os elos da cadeia produtiva, de tal forma, que cada uma das etapas contribui para o desenvolvimento da fase posterior do produto. Em Portugal, existem milhares de empresas que se posicionam em todas as fases do processo produtivo.

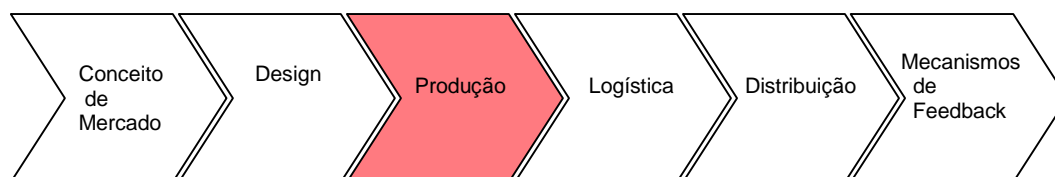
Segundo classificação da OCDE, este sector caracteriza-se por ser de procura débil e com baixo conteúdo tecnológico, com processos produtivos intensivos em mão-de-obra, especialmente na confecção. Contudo, esta situação tem vindo a inverter-se e cada vez mais se tem conhecimento da introdução de novos produtos com mais valor acrescentado e mais conteúdo tecnológico.

2.3. Cadeia de Valor na ITV

A Cadeia de Valor diz respeito ao conjunto de actividades interdependentes que criam valor desde as fontes de matérias-primas básicas, passando por fornecedores de componentes, até o produto final entregue ao consumidor. Estas actividades estão ligadas por elos que transmitem o impacto do desempenho de uma sobre as outras e sobre toda a cadeia.

O crescimento da rentabilidade de uma empresa depende da adopção de estratégias eficientes que tenham reflexos positivos nos resultados da firma. Tais estratégias ou resultados só poderão ser analisados e devidamente implementados, se a empresa conhecer como se dá a agregação de valor, ou seja, como consegue utilizar os recursos e alocá-los da melhor forma para atingir as suas metas, por intermédio da percepção do valor por parte do consumidor final.

A Cadeia de Valor permite que a empresa conheça como ocorre o processo de formação de valor do produto, como se acrescenta valor no processo e como é percebido pelo cliente final, quais são as suas relações de mercado com outros agentes económicos e quais seriam os factores que poderiam alterar o custo ao longo da cadeia.

Figura 2: Cadeia de Valor na ITV

Fonte: Citeve, Conferência: A Logística Têxtil, 2 de Junho de 2004

Desde a sua fase de transformação, o produto é gradualmente acrescido de valor e chega ao mercado incorporando no preço o valor acrescentado durante o percurso. A Cadeia de Valor da ITV envolve seis grandes componentes, conforme se pode observar na Figura 2, acima apresentada.

A ITV portuguesa está excessivamente centrada em actividades de baixo valor acrescentado, como a produção de matérias-primas e produtos finais, negligenciando os elementos de orientação para o cliente e para o mercado. O investimento realizado no sector é sobretudo orientado para as áreas directamente ligadas ao processo produtivo e a sua vantagem competitiva tem sido o baixo custo de mão-de-obra.

O sucesso da ITV nacional dependerá da capacidade das empresas em controlar outros elementos da Cadeia de Valor, como o design, a inovação e a distribuição, e redefinir o modelo de negócio e gestão. As empresas devem explorar elementos intangíveis que acrescentem valor ao produto a fim de obter produtos mais competitivos. Uma empresa pode adquirir vantagem competitiva, identificando e executando as suas actividades estratégicas melhor do que a concorrência. Neste sentido, se cada empresa, isoladamente, orientar a sua política para os elementos da Cadeia de Valor que mais contribuem para acrescentar valor ao produto, o resultado agregado para o sector será significativo.

A emergência de novos mercados associada à vantagem competitiva dos factores tangíveis (baixos custos de produção, novas tecnologias e produtos em série e de qualidade) de países como a Índia, o Paquistão e a China poderão constituir um incentivo à indústria portuguesa para reforçar factores de competitividade intangíveis. A estratégia das empresas não deve assentar apenas numa lógica de custos, deverão privilegiar-se outros elementos que projectem a empresa no mercado.

A aposta no início e no fim da cadeia de valor exige uma orientação da produção para o consumidor obrigando a uma resposta rápida às variações da procura por parte dos retalhistas, que exigirão o mesmo dos produtores. A distribuição (último estágio na cadeia de actividades que antecedem o consumo) tem uma importância crítica para o sector e apresenta-se como fundamental para a definição de estratégias. O sector da distribuição, que representa o principal cliente da indústria têxtil, tem evoluído para uma situação mais concentrada e de maior poder negocial, exigindo às empresas têxteis ciclos cada vez mais curtos de abastecimento e stocks cada vez mais reduzidos. Os processos de produção e de distribuição passam a estar progressivamente mais próximos e interligados numa cadeia global cada vez mais exigente.

O posicionamento da ITV nacional nos mercados globais ainda é algo frágil, assente numa cadeia de valor relativamente limitada, a montante e a jusante, orientada sobretudo para a exportação de serviços de subcontratação, de baixo valor acrescentado, valorizando-se insuficientemente a inovação, o marketing, distribuição e comercialização e novos factores competitivos imateriais, como o design e a flexibilidade organizacional. A ITV portuguesa revela ainda algumas fragilidades ao nível da capacidade empresarial e de gestão e organização, da formação (de base e contínua nas empresas) e qualificação, da disponibilidade de fornecedores especializados de equipamentos e serviços e uma insuficiente base tecnológica.

2.4 Estrutura do sector

Em Portugal, a ITV está concentrada em três grandes regiões: Norte, Centro e Vale do Tejo, tendo-se verificado nos últimos anos um aumento do peso relativo da região Norte, em detrimento de Lisboa e Vale do Tejo.

Os gráficos que se apresentam de seguida permitem avaliar a distribuição das empresas entre o sector têxtil e do vestuário, no território nacional e a sua evolução ao longo do tempo.

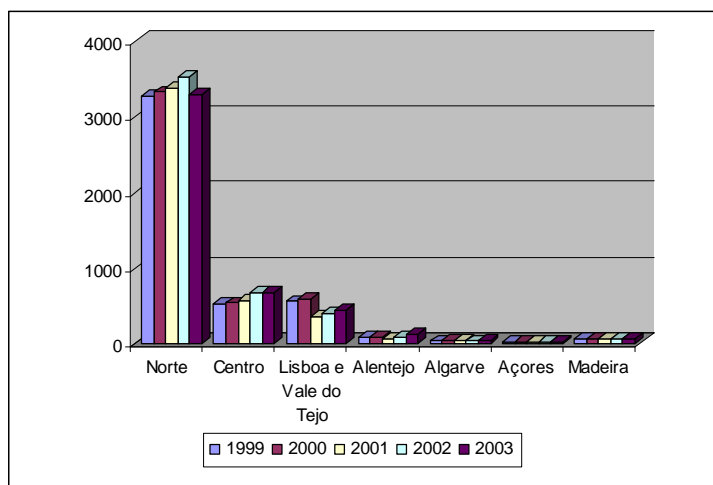
Do ponto de vista territorial, a ITV encontra-se dispersa por todo o território nacional com importantes *clusters* segregados pelo tipo de actividade. Os dois grandes focos desta indústria situam-se no Norte de Portugal e na Beira Interior, nomeadamente as empresas do sector algodoeiro e do sector dos lanifícios. Esta dinâmica de localização histórica deve-se essencialmente a factores tangíveis de produção, como é o caso do custo de mão-de-obra e das matérias-primas, que acabou por se tornar uma vantagem competitiva para as empresas do sector.

Quadro 1: Distribuição Geográfica das empresas da Indústria Têxtil

Ano	1999	2000	2001	2002	2003
Norte	3 260	3 318	3 379	3 517	3 283
Centro	524	532	573	677	669
Lisboa e Vale do Tejo	554	580	352	393	439
Alentejo	87	77	63	82	117
Algarve	28	38	37	29	32
Açores	17	17	16	17	15
Madeira	53	52	55	54	55

Fonte: INE

Gráfico 1: Distribuição Geográfica das empresas da Indústria Têxtil



Fonte: INE

Há uma tendência para a concentração espacial das unidades produtivas em grandes centros industriais, aproveitando economias de localização: a concentração de um grande número de empresas no espaço permite que cada uma beneficie da eficiência colectiva. Esta pode resultar do simples aglomerado de empresas que dinamizam a região e a dotam progressivamente de infraestruturas e serviços especializados de apoio ao sector, ou através da realização de acordos de cooperação entre empresas. Estes dizem sobretudo respeito à partilha de recursos e capacidades que permitem desenvolver em comum algumas actividades que seriam impossíveis de alcançar individualmente e que são consideradas cruciais para competir com sucesso no ambiente concorrencial em que se inserem. A cooperação permite às empresas individuais desenvolver iniciativas relevantes, tanto ao nível das áreas comerciais, produtivas e distributivas, como ao nível da qualidade, do design, do aprovisionamento, da imagem e da organização empresarial. O facto da ITV ser composta predominantemente por PME torna a cooperação empresarial ainda mais imperativa.

Neste novo ambiente competitivo da ITV, é cada vez mais difícil para as empresas sobreviver e prosperar numa lógica individual, mesmo sendo grandes empresas. Os recursos e as competências necessárias ao sucesso empresarial fogem cada vez mais às fronteiras de cada empresa e ao controlo dos seus gestores. Para aproveitar as oportunidades que o sector apresenta e enfrentar as suas ameaças, é agora essencial que as empresas têxteis desenvolvam a capacidade de criar e sustentar redes de cooperação cada vez mais amplas, dinâmicas e eficientes.

As economias de localização permitem uma maior especialização, o aproveitamento de economias de escala na produção de *inputs* intermédios, acesso a informação estratégica sobre o mercado de factores e produtos, a existência de *spillovers* de conhecimento e acesso a mão-de-obra especializada. Este fenómeno é particularmente visível no Norte do país, mais especificamente no Vale do Ave, onde há uma grande concentração de empresas de

confeções que beneficiam da sua localização e proximidade às universidades e centros de investigação e de apoio ao sector.

A Indústria do Vestuário está implantada sobretudo a Norte do país mas, através dos incentivos do PEDIP, desenvolveu-se também na região da Beira Interior e em Lisboa e Vale do Tejo. O mesmo acontece com a Indústria Têxtil, ou seja, a presença de empresas do sector vestuário é praticamente inexpressiva nas regiões do Alentejo, Algarve, Açores e Madeira.

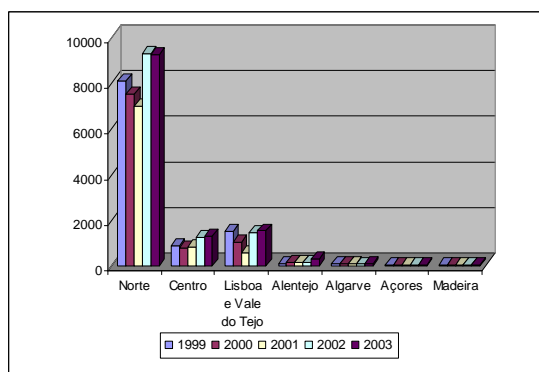
Assim sendo, há uma forte concentração de empresas na região Norte, em contraste com uma dispersão de empresas pelo restante território.

Quadro 2: Distribuição Geográfica das empresas da Indústria do Vestuário

Ano	1999	2000	2001	2002	2003
Norte	8 085	7 536	6 971	9 270	9 239
Centro	882	742	789	1 225	1 263
Lisboa e Vale do Tejo	1 486	1 022	568	1 421	1 520
Alentejo	105	112	147	120	273
Algarve	76	60	73	54	57
Açores	20	37	16	23	19
Madeira	35	38	30	28	25

Fonte: INE

Gráfico 2: Distribuição Geográfica das empresas da Indústria do Vestuário



Fonte: INE

Percebeu-se que um traço comum entre os dois sectores, é a concentração de empresas na região Norte. Esta é uma região muito dependente do trabalho e riqueza gerada pela ITV, o que a torna particularmente vulnerável a oscilações na actividade do sector.

O número de empresas do sector em Portugal tem sido afectado por vários factores, entre os quais se destacam pelo impacto que têm, a deslocalização de empresas estrangeiras que possuíam unidades produtivas em Portugal, a deslocalização de empresas nacionais para

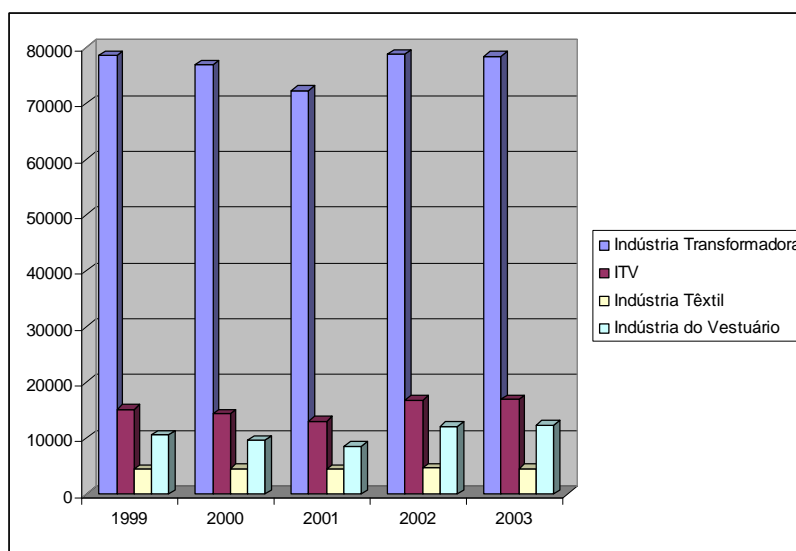
alguns países do último alargamento da UE e a falência de indústrias portuguesas que estão a perder progressivamente as vantagens competitivas que sustentavam o seu desenvolvimento. O ajustamento às novas condições de mercado tem provocado uma contínua redução do número de empresas, da capacidade produtiva e do emprego no sector, devido ao encerramento de algumas empresas e redimensionamento de outras aos actuais níveis de procura do mercado.

Quadro 3: Evolução do número de empresas na ITV

Ano	1999	2000	2001	2002	2003
Indústria Transformadora	78 546	76 927	72 364	78 790	78 431
ITV	15 212	14 361	13 069	16 910	17 006
Indústria Têxtil	4 523	4 614	4 475	4 769	4 610
Indústria do Vestuário	10 689	9 747	8 594	12 141	12 396

Fonte: INE, Estatísticas das Empresas, de 1999 a 2003

Gráfico 3: Evolução do número de empresas na ITV



Fonte: INE, Estatísticas das Empresas, de 1999 a 2003

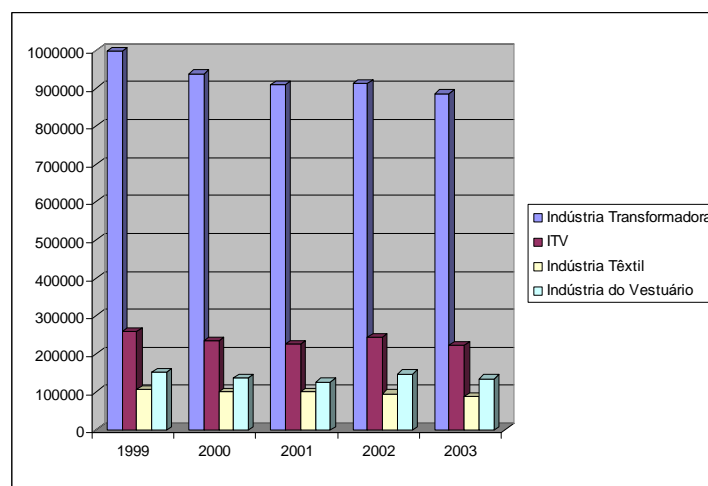
Em 2003, o sector era composto por 4 610 empresas têxteis e 12 396 de confecções. Em conjunto, representavam cerca de 22% do total de unidades produtivas da Indústria Transformadora nacional e 3% das empresas a operar em Portugal.

Quadro 4: Evolução do número de empregados na ITV

Ano	1999	2000	2001	2002	2003
Indústria Transformadora	997 387	937 542	909 921	911 635	886 253
ITV	260 279	235 606	225 869	243 263	222 602
Indústria Têxtil	107 267	99 321	99 585	95 446	87 098
Indústria do Vestuário	153 012	136 285	126 284	147 817	135 504

Fonte: INE, Estatísticas das Empresas, de 1999 a 2003

Gráfico 4: Evolução do número de empregados na ITV



Fonte: INE, Estatísticas das Empresas, de 1999 a 2003

Em termos de utilização de mão-de-obra, a ITV encontra-se entre os primeiros lugares no conjunto da Indústria Transformadora, representando, em média, para o período em análise, 25% do total da Indústria Transformadora nacional.

Proporcionalmente, o peso da ITV na Indústria Transformadora não tem decrescido. No entanto, há que ter em conta que esta última tem assistido a uma diminuição progressiva do número de pessoal ao serviço. Significa isto que, embora o peso da ITV, em termos de empregados se tenha mantido proporcionalmente estável (sem grandes oscilações), é necessário ter em conta que se tem verificado um decréscimo progressivo do número de empregados tanto na Indústria Transformadora como na ITV.

O segmento de vestuário, maior empregador da cadeia têxtil, foi responsável em 2003 por 135 504 empregos, tendo registado uma quebra de 11% relativamente ao ano de 1999. No segmento têxtil a redução foi mais acentuada, tendo-se verificado uma redução de 18% dos efectivos.

Em 2003, a ITV propriamente dita foi responsável por 222 602 empregos, apresentando uma queda de 18% em relação a 1999. A ITV é do tipo trabalho intensivo, o que significa que utiliza

na produção o factor trabalho com maior intensidade relativamente aos restantes factores de produção. Prevê-se que, até 2010 a ITV venha a perder mais 73 mil trabalhadores, segundo um estudo² elaborado pelo CENESTAP. Presume-se que em 2010, o número de postos de trabalho proporcionados pela ITV não ultrapasse os 139 mil, contra os 212 552 registados em 2004. O mesmo estudo prevê que entre 40% a 50 % da estrutura de pessoal estará centrada “no serviço e no imaterial”, ou seja, orientada para as funções na área comercial, design, marketing, planeamento, controlo.

Quanto à dimensão das unidades produtivas, predominam as empresas de pequena dimensão, com menos de 9 trabalhadores, tanto no caso da Indústria Têxtil como no caso da Indústria de Vestuário.

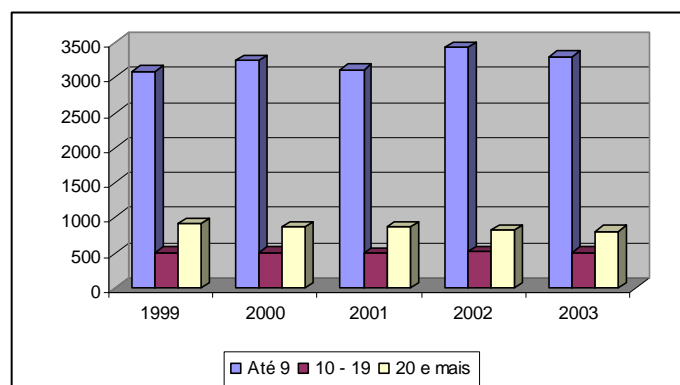
Quanto à Indústria Têxtil, verificou-se um ligeiro acréscimo nas empresas com menor dimensão, acompanhado por uma diminuição do número médio de trabalhadores. Em 2002, as empresas com mais de 20 trabalhadores representavam 17% das empresas e 79% do pessoal ao serviço, enquanto que as empresas com menos de 9 trabalhadores eram 72% do total das empresas e absorviam 13% do pessoal. Quanto ao número de empregados, tem-se verificado uma diminuição a taxas superiores àquelas que se têm verificado para a Indústria Transformadora.

Quadro 5: Estrutura das empresas da Indústria Têxtil

Ano	1999	2000	2001	2002	2003
Até 9 trabalhadores	3 094	3 239	3 112	3 433	3 299
10 – 19 trabalhadores	510	508	495	517	507
20 e mais trabalhadores	919	867	868	819	804

Fonte: INE

Gráfico 5: Estrutura das empresas da Indústria Têxtil



Fonte: INE

² Estudo ITV@2010, elaborado pelo CENESTAP.

O decréscimo de empresas na Indústria do Vestuário foi muito mais acentuado do que na Indústria Têxtil. Pode afirmar-se que a tendência registada, traduz-se numa diminuição do número médio de trabalhadores por unidade e numa diminuição acentuada das empresas com maior dimensão.

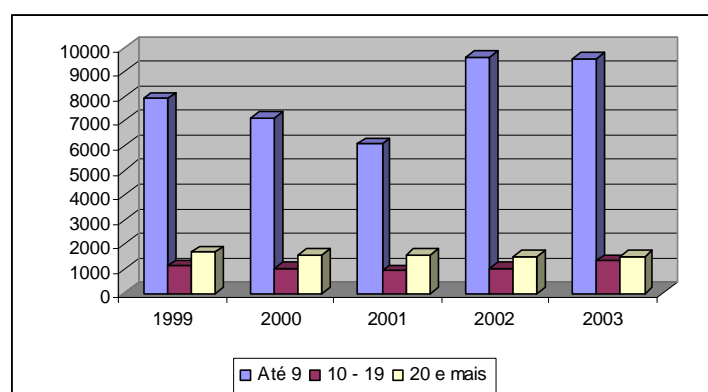
O tecido empresarial caracteriza-se assim, pelo predomínio de empresas de reduzida dimensão.

Quadro 6: Estrutura das empresas da Indústria do Vestuário

Ano	1999	2000	2001	2002	2003
Até 9 trabalhadores	7 904	7 138	6 074	9 594	9 546
10 – 19 trabalhadores	1 117	1 022	932	1 022	1 341
20 e mais trabalhadores	1 668	1 587	1 588	1 525	1 509

Fonte: INE

Gráfico 6: Estrutura das empresas da Indústria do Vestuário



Fonte: INE

Em matéria salarial, as remunerações dos trabalhadores mantêm-se baixas e, por isso, competitivas face ao mercado europeu mas em desvantagem em relação aos países asiáticos que têm custos salariais mais baixos. A maioria destes trabalhadores, em geral com baixas qualificações, está classificada no âmbito dos grupos salariais G e H (categorias como costureira qualificada, engomador-brunidor ou bordador especializado, cerzideira ou costureira qualificada).

Actualmente, os salários destes profissionais variam entre os 392 e os 399 euros, ilíquidos, mensais, ou seja, pouco acima dos 385,90 euros (o salário mínimo nacional fixado pelo Governo para o presente ano de 2006).

3. Indicadores sócio-económicos

Pretende-se neste ponto, caracterizar de forma global o sector têxtil e do vestuário do ponto de vista económico e social, recorrendo a um conjunto de dados estatísticos relevantes para a análise.

Para assegurar a sua sobrevivência e potenciar o sucesso, cada empresa deverá conhecer o ambiente externo no qual desenvolve a sua actividade e adaptar-se a essa envolvente construindo uma vantagem competitiva que possa defender.

Como vimos anteriormente, apesar da importância da ITV ter vindo a decrescer, continua a ter um peso significativo na Indústria Transformadora nacional e ainda constitui uma parcela significativa do tecido industrial português, assumindo uma posição de destaque na economia portuguesa. O sector detém um peso relativo superior ao da maioria dos países da União Europeia a 15.

3.1 Comércio Internacional da ITV

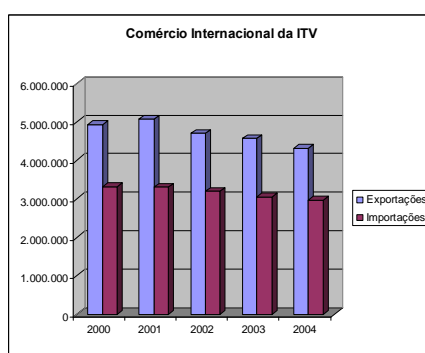
No que concerne ao Comércio Internacional da ITV nacional, podemos verificar que, embora inferiores, as importações apresentam-se muito próximas das exportações (no período 2000-2004). De salientar que a principal fatia das exportações dentro da ITV é assegurada por produtos de vestuário.

Quadro 7: Comércio internacional da ITV

Ano	2000	2001	2002	2003	2004
Exportações	4 926 694	5 073 388	4 703 366	4 573 404	4 317 700
Importações	3 311 235	3 307 558	3 200 063	3 048 747	2 970 079

Fonte: INE, Estatísticas das Empresas, de 1995 a 2005

Gráfico 7: Comércio internacional da ITV



Fonte: INE, Estatísticas das Empresas, de 1995 a 2005

3.2 Balança Comercial Nacional da ITV

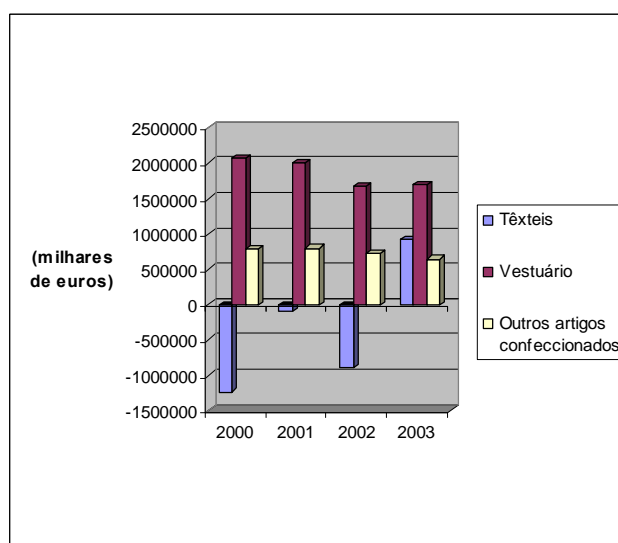
De acordo com os dados que se seguem, a Balança Comercial apresenta ao longo do período em análise um saldo positivo. Encontrando-se a partir de 2001 numa tendência decrescente, é notório o deterioramento da taxa de cobertura. Os valores de 2002 e 2003 reflectem a crise instalada nos países de União Europeia e América do Norte que são os nossos principais parceiros em termos de exportação.

Quadro 8: Balança Comercial Nacional da ITV

Ano	2000	2001	2002	2003
Têxteis	-1 233 762	-1 030 436	-899 012	-926 667
Vestuário	2 061 368	1 998 445	1 679 444	1 697 459
Outros artigos têxteis confeccionados	787 854	797 821	722 871	644 116
Balança Comercial da ITV	1 615 459	1 765 830	1 503 303	1 414 908
Têxteis	0,45	0,53	0,55	0,49
Vestuário	3,10	2,89	2,48	2,49
Outros artigos têxteis confeccionados	11,92	11,19	9,35	8,89
Taxa de cobertura	1,45	1,45	1,47	1,46

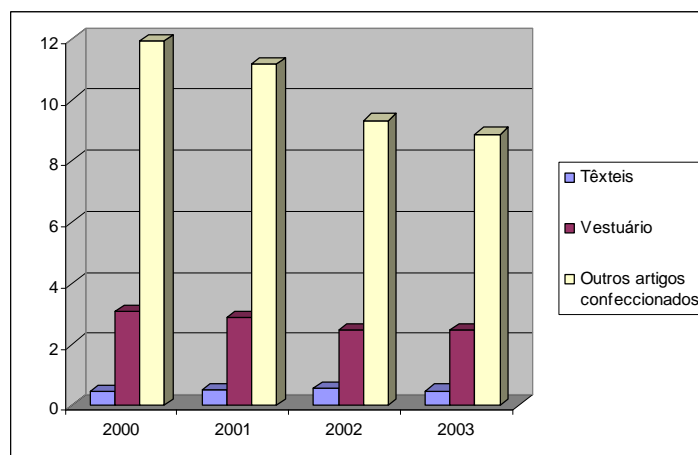
Fonte: Eurostat; tratamento: Observatório Têxtil do Cenestap

Gráfico 8a: Balança Comercial da ITV



Fonte: Eurostat; tratamento: Observatório Têxtil do Cenestap

Gráfico 8b: Taxa de Cobertura da ITV



Fonte: Eurostat; tratamento: Observatório Têxtil do Cenestap

3.3 VAB na ITV

Como vamos constatar no quadro seguinte, em 2000 e 2001, o VAB em percentagem do PIB para a Indústria Têxtil é superior ao VAB em percentagem do PIB para a Indústria do Vestuário. No entanto, para o ano 2002 e 2003, a situação inverte-se, dado que o VAB em percentagem do PIB para a Indústria Têxtil é inferior ao VAB em percentagem do PIB para a Indústria do Vestuário.

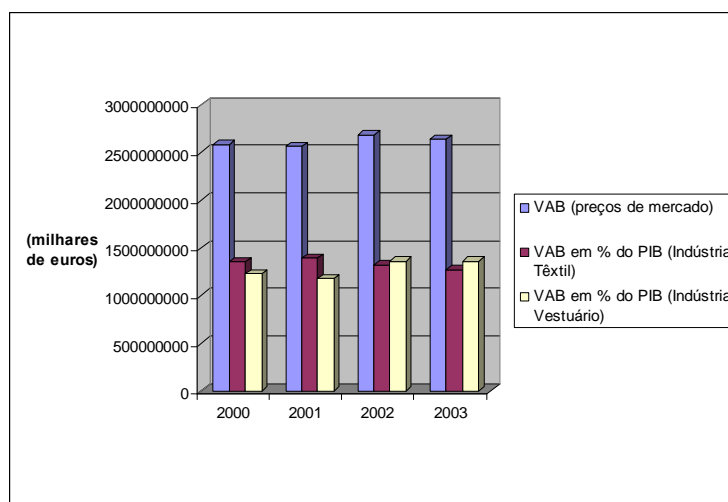
Desde o ano 2001 se tem verificado um aumento do VAB na ITV nacional. Ainda que pouco expressivo em termos absolutos, este aumento é importante e poderá estar associado a um reforço da produtividade no sector que contribui para um perfil de especialização produtiva mais centrado em produtos de maior valor acrescentado.

Quadro 9: VAB na ITV

Ano	2000	2001	2002	2003
VAB (preços de mercado)	2 582 185 348	2 566 916 149	2 685 618 094	2 638 016 824
VAB em %do PIB (Indústria Têxtil)	1 355 303 586	1 389 987 859	1 322 257 447	1 274 055 026
VAB em %do PIB (Indústria Vestuário)	1 226 881 762	1 176 928 290	1 363 360 647	1 363 961 798

Fonte: INE, Estatísticas das Empresas, de 1995 a 2005

Gráfico 9: VAB na ITV



Fonte: INE, Estatísticas das Empresas, de 1995 a 2005

3.4 Produtividade, Volume de Negócios e Valor da Produção na ITV

Comparando o ano 2001 com o ano 2002, o sector do vestuário em Portugal viu crescer o seu volume de negócios contrariando a tendência da indústria transformadora. Já o sector têxtil mantém a tendência dos anos anteriores apresentando um decréscimo significativo ao longo dos anos. O crescimento do volume de vendas no vestuário não foi suficiente para assegurar um cenário positivo em todo o sector da Indústria Têxtil e do Vestuário que seguiu a tendência (negativa) da indústria transformadora.

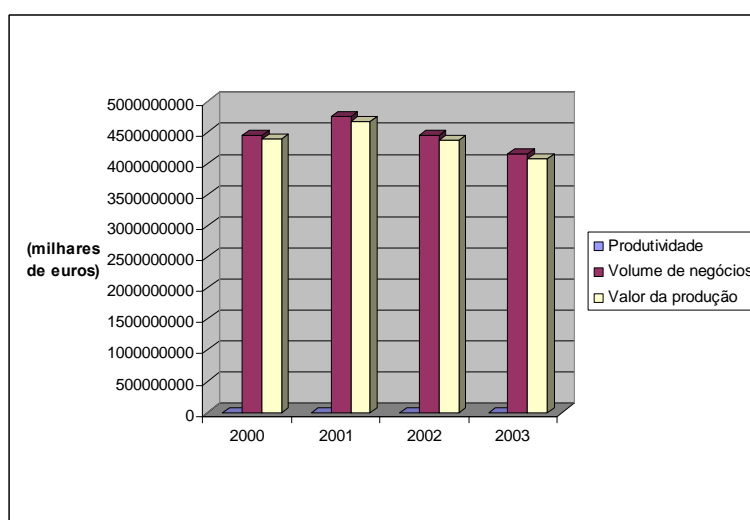
Tendo em consideração dados da última década respeitantes ao volume de negócios das empresas da ITV, a conclusão a que se chega é que a facturação das empresas tem vindo a diminuir gradualmente. A estes resultados não são alheios os ajustes que o sector tem sofrido para se adaptar às novas circunstâncias do mercado, assinalado por uma forte concorrência externa e aumento do custo de mão-de-obra.

A produtividade continua a ser um dos pontos fracos de algumas empresas deste sector. O problema parece residir nos factores de produção imateriais, ou seja, para este mau desempenho na produtividade poderão estar associados um elevado nível de absentismo e alguma falta de formação dos recursos humanos. As empresas carecem de quadros médios/superiores, que são normalmente o motor da inovação tecnológica e da adopção de novas soluções organizativas.

Quadro 10: Produtividade, Volume de Negócios e Valor da Produção na Indústria Têxtil

Ano	2000	2001	2002	2003
Produtividade (VAB per Capita)	13 646	13 958	13 853	14 628
Volume de Negócios	4 453 813 284	4 749 962 869	4 448 274 440	4 151 960 046
Valor da Produção	4 396 813 388	4 674 843 088	4 363 921 649	4 065 444 989

Fonte: INE, Estatísticas das Empresas, de 1995 a 2005

Gráfico 10: Produtividade, Volume de Negócios e Valor da Produção na Indústria Têxtil

Fonte: INE, Estatísticas das Empresas, de 1995 a 2005

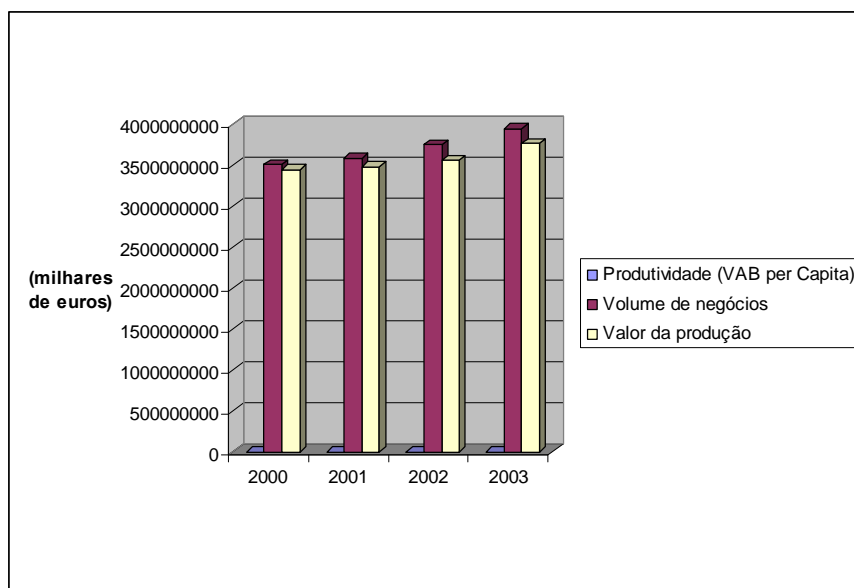
Embora a produtividade na Indústria Têxtil esteja sempre a subir, denota-se a partir de 2001, uma diminuição do volume de negócios acompanhada pela diminuição do valor da produção.

Quadro 11: Produtividade, Volume de Negócios e Valor da Produção na Indústria do Vestuário

Ano	2000	2001	2002	2003
Produtividade (VAB per Capita)	9 002	9 320	9 223	10 066
Volume de Negócios	3 509 382 475	3 588 927 244	3 749 564 803	3 950 691 834
Valor da Produção	3 447 620 192	3 484 325 060	3 560 084 555	3 774 394 078

Fonte: INE, Estatísticas das Empresas, de 1995 a 2005

Gráfico 11: Produtividade, Volume de Negócios e Valor da Produção na Indústria do Vestuário



Fonte: INE, Estatísticas das Empresas, de 1995 a 2005

Ao contrário do enunciado para a Indústria Têxtil, os dados da Indústria do Vestuário apontam para um aumento em paralelo, do volume de negócios, do valor da produção e da produtividade.

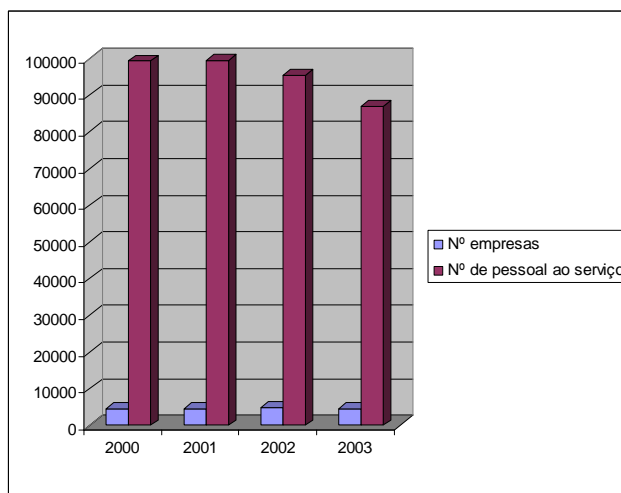
3.5 Empresas e pessoal ao serviço na ITV

A crescente globalização tem provocado impactos de vária ordem na economia mundial, aos quais Portugal não é imune. De seguida, é possível verificar a influência que teve na ITV portuguesa, no que toca ao número de empresas a actuar no sector, mas também ao número de pessoal que lhe está afecto.

Quadro 12: Empresas e pessoal ao serviço na Indústria Têxtil

Ano	2000	2001	2002	2003
N.º de empresas	4 614	4 475	4 769	4 610
N.º de pessoal ao serviço	99 321	99 585	95 446	87 098

Fonte: INE

Gráfico 12: Empresas e pessoal ao serviço na Indústria Têxtil

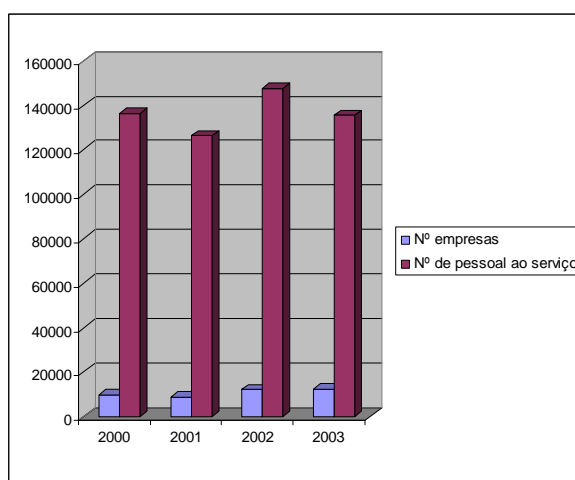
Fonte: INE

Tanto o número de empresas a operar no mercado como o número de pessoal ao seu serviço diminui ligeiramente ao longo dos anos. Este facto poderá dever-se à concorrência globalizada que tem sido crescente nos últimos tempos.

Quadro 13: Empresas e pessoal ao serviço na Indústria do Vestuário

Ano	2000	2001	2002	2003
Nº de empresas	9 747	8 594	12 141	12 396
Nº de pessoal ao serviço	136 285	126 284	147 817	135 504

Fonte: INE

Gráfico 13: Empresas e pessoal ao serviço na Indústria do Vestuário

Fonte: INE

Nas informações recolhidas e afectas à Indústria do Vestuário, o número de empresas aumenta de 2002 para 2003, face a uma diminuição de pessoal ao serviço.

3.6 Custos/Perdas e Proveitos/Ganhos na ITV

Em relação aos custos, os custos de exploração são um factor bastante diferenciado quando se analisa os dois sectores em questão. De uma forma geral, a Indústria Têxtil tem custos de exploração mais elevados para os quais contribuem as amortizações, fornecimento de serviços externos (FSE) e custos de produção.

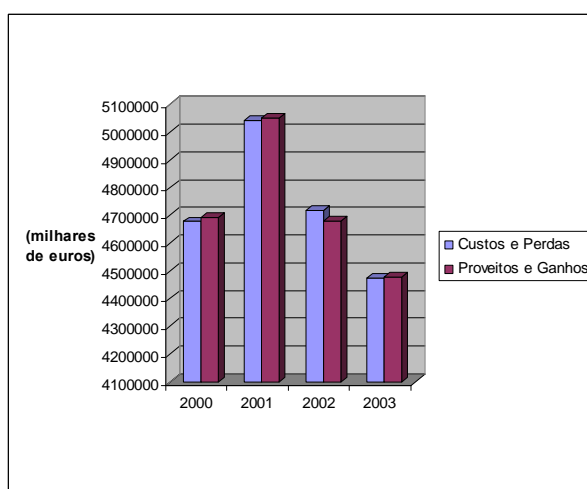
No que se refere às amortizações, a Indústria do Vestuário tem uma percentagem inferior devido à mão-de-obra intensiva que substitui o investimento em equipamento produtivo mais sofisticado, característico da Indústria Têxtil. Os FSE (água, luz, rendas...) são mais elevados no sector têxtil, atendendo ao tipo de actividade a que se destinam e à arquitectura empresarial que, regra geral, é mais pesada, devido ao uso intensivo de maquinaria com custos significativos de energia eléctrica e térmica. Já os custos com o pessoal tendem a ser mais elevados no sector do vestuário.

Quadro 14: Custos/Perdas e Proveitos/Ganhos na Indústria Têxtil

Ano	2000	2001	2002	2003
Custos e Perdas (10³ euros)	4 678 145	5 040 597	4 719 566	4 472 950
Proveitos e Ganhos (10³ euros)	4 691 884	5 051 079	4 679 329	4 478 824

Fonte: INE

Gráfico 14: Custos/Perdas e Proveitos/Ganhos na Indústria Têxtil



Fonte: INE

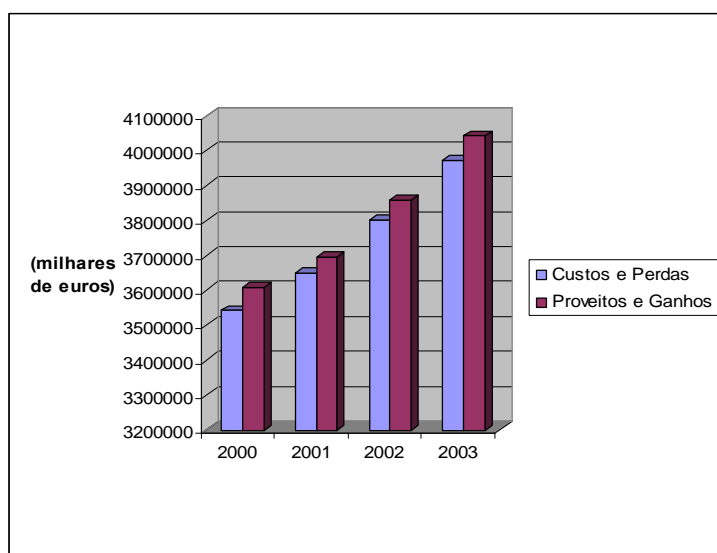
Em relação aos indicadores da Indústria Têxtil, verifica-se uma diminuição drástica dos proveitos e dos custos a partir de 2001. Em 2002, os ganhos são inferiores às perdas, situação que não se constata no ano de 2003 pois os proveitos são ligeiramente superiores aos custos.

Quadro 15: Custos/Perdas e Proveitos/Ganhos na Indústria do Vestuário

Ano	2000	2001	2002	2003
Custos e Perdas (10³ euros)	3 541 699	3 650 521	3 801 223	3 971 433
Proveitos e Ganhos (10³ euros)	3 607 674	3 694 017	3 857 965	4 042 570

Fonte: INE

Gráfico 15: Custos/Perdas e Proveitos/Ganhos na Indústria do Vestuário



Fonte: INE

Quanto à Indústria do Vestuário, o cenário apresenta-se mais favorável, dado que impera um aumento significativo das duas variáveis.

3.7 Considerações Finais

O cenário construído através dos Indicadores Sócio-Económicos supramencionados revela que o sector têxtil e do vestuário é um sector muito desagregado, exposto a factores por vezes aleatórios (como as tendências da moda) e a factores conjunturais (como o período de inquietação e instabilidade económica que se tem vindo a assistir).

Se no passado a ITV evoluiu à custa de mão-de-obra barata e baixos custos de produção, o presente tem-se encarregado de eliminar empresas obsoletas sem base tecnológica. O futuro indica que a liberalização do comércio têxtil mundial representa uma dificuldade não só para Portugal mas para todo o sector da indústria têxtil e do vestuário europeia (onde só os mais bem preparados sobreviverão). Isto poderá ser um campo de oportunidades num novo mundo de relações multilaterais, promovendo a inovação, criatividade, qualidade e conhecimento. A internacionalização das empresas da ITV portuguesa é hoje um factor-chave para a sobrevivência e para o sucesso.

Em jeito de conclusão, depreende-se que em Portugal a Indústria Têxtil está em declínio em contraponto com a Indústria do Vestuário que se encontra perante cenários que induzem mais optimismo.

4. Análise SWOT

Neste ponto pretende-se aplicar a Análise SWOT à ITV. Trata-se de uma análise do ambiente interno e externo do sector, ferramenta que pode servir de apoio ao seu processo de planeamento estratégico.

A sua importância no apoio à formulação de estratégias deriva da sua capacidade de promover um confronto entre as variáveis externas e internas, facilitando a criação de alternativas nas escolhas estratégicas bem como de possíveis linhas de acção. Apresenta-se como uma forma eficiente de identificar os pontos fortes e fracos, examinando as oportunidades e ameaças que poderão ser enfrentadas no mercado de actuação.

4.1 Pontos fortes

- Proximidade geográfica e cultural de Portugal com o mercado europeu;
- Tradição têxtil;
- Conhecimento forte da produção, processos, produtos e mercados;
- Bom-nome e reconhecida qualidade dos produtos nacionais;
- Experiência do pessoal nalgumas funções que necessitam de uma longa formação profissional (capital “saber” e “saber fazer” muito importante);
- Grande esforço de modernização de equipamento em empresas “Top”;
- Possibilidade para a inovação usando tecnologias novas;
- Crescimento na procura de pessoal qualificado;

4.2 Pontos fracos

- Falta de infra-estruturas (as existentes são de fraca dimensão);
- Empresas de tamanho pequeno;
- Fraca aposta na própria marca;
- Mão-de-obra pouco qualificada;
- Fraca capacidade estratégica na gestão de empresas e deficiências em aptidões básicas, sobretudo em “marketing”;
- Fraca ligação inter-empresas no sentido da especialização;
- Falta de cooperação vertical e horizontal;
- Dependência da subcontratação;
- Especialização em produtos com baixo valor acrescentado.

4.3 Oportunidades

- Desenvolvimento de novas aplicações para produtos têxteis, apostando-se em produtos diferenciados;
- Aproveitamento das economias externas (cooperação inter-empresarial);
- Produção mais flexível e orientada para produtos de maior valor acrescentado;
- Nichos de mercado para produtos com qualidade e “design”;
- Crescimento da procura de produtos de maior valor acrescentado em novos mercados fora da Europa;
- Estabelecimento de parcerias com clientes e fornecedores;
- Utilização das novas tecnologias de informação e comércio electrónico;
- Novas oportunidades de negócio em economias emergentes.

4.4 Ameaças

- Países emergentes apresentam nos mercados europeus produtos a preços consideravelmente inferiores, com qualidade e prazos de entrega cada vez mais competitivos;
- Dependência externa do fornecimento das matérias-primas e de equipamento utilizando tecnologias avançadas;
- Concorrência dos países desenvolvidos nos segmentos de mercado de média e alta gama;
- Mudança na mentalidade do consumidor;
- Dificuldade em atrair e reter novos talentos.

5. Caso de Estudo (Micropolis)

A Micropolis é uma empresa que aposta em microcápsulas para aquilo que considera serem os “têxteis do futuro”. Surgiu como empresa spin-off da Universidade do Minho, onde em 1996 se iniciou um programa de investigação de microcápsulas no Departamento de Engenharia Têxtil. As microcápsulas são aplicadas em inúmeras áreas: farmacêutica, cosmética, detergentes, bactericidas e insecticidas, bem como noutras aplicações onde a libertação gradual do material encapsulado seja um factor importante.

Em 1999, tendo como alvo os “têxteis inteligentes”, o interesse por certos tipos de microcápsulas cresceu, daí que a ideia de controlo térmico dinâmico se tenha revelado extraordinária, tendo conduzido ao desenvolvimento industrial do processo de microencapsulamento de Phase Change Materials (PCM) e à formação da Micropolis, em 2001. Nesse mesmo ano, a Micropolis obteve o 1.º Prémio para a melhor ideia do programa Smart Tulip.

Com a colaboração da Universidade do Minho, da TecMinho e da PME Capital, a empresa iniciou o processo de crescimento enquanto Sociedade Anónima.

5.1 Tecnologia

O processo de microencapsulamento desenvolvido pela Micropolis pode ser descrito em duas vertentes: a sua técnica de microencapsulamento e a sua aplicação nas fibras:

- Processo de microencapsulamento: Utilização de duas camadas que envolvem o agente activo. A parede exterior é composta por um polímero termoplástico. No revestimento interno são usados outros polímeros com um maior Tg que o polímero da parede exterior.
- Aplicação das microcápsulas às fibras: A inovação consiste na aplicação individual das microcápsulas às fibras, evitando desta forma o recurso ao filme de binder (ligante) para fixação das mesmas. Assim sendo, a fixação ocorre através de um processo de aquecimento da camada exterior da microcápsula em que a temperatura deverá ultrapassar o ponto de amolecimento termoplástico (camada exterior).

5.2 Produtos

Micra-thermic: O conforto térmico é uma das principais qualidades que se exige aos artigos têxteis actualmente, e é este o conceito inerente à aplicação de Microcápsulas de PCM (MicroPCM). Os PCM são materiais que mudam de fase sólido para líquido, e de líquido para sólido, com a característica de absorverem grandes quantidades de energia ao mudarem de

líquido para sólido. Este comportamento permite manter a temperatura junto ao corpo a um nível confortável, independentemente das condições exteriores.

Os PCM mais utilizados são para isolamento, com uma mudança de fase nos 16° Celsius, e para manter a temperatura de conforto do corpo humano, com uma mudança de fase aos 28° Celsius, respectivamente. As microcápsulas de PCM são feitas de polímeros tais como ureia-formaldeído, malamina-formaldeído (que é extremamente resistente às elevadas temperaturas utilizadas na fixação de cápsulas).

Aplicações: artigos têxteis de Inverno, têxteis-lar, tudo o que se refira a conforto térmico é um campo de aplicação, construção civil, sector automóvel.

Micra-sense: Soluções de microencapsulamento de aromas que podem ser utilizados nas mais diversas aplicações, das quais destaca-se a têxtil-lar e a indústria automóvel.

Microcápsulas anti-bacterianas: Solução baseada no uso de microcápsulas, para a prevenção do desenvolvimento de bactérias. As microcápsulas são fixadas às fibras libertando produtos anti-bacterianos de uma forma mais lenta e durante um longo período de tempo. Mantendo por exemplo um edredon livre de bactérias.

5.3 Processo de Microencapsulamento

O Processo de Microencapsulamento consiste em envolver pequenas partículas líquidas ou sólidas com uma camada de um material sólido, geralmente um polímero.

Uma das técnicas mais utilizadas consiste na formação de microemulsões em duas fases: oleófila e hidrófila. As pequenas partículas formadas são depois envolvidas por um polímero.

A inovação do método consiste na aplicação individual das microcápsulas às fibras, evitando desta forma o recurso ao filme de binder (ligante) para a fixação das mesmas. Assim sendo, a fixação ocorre através de um processo de aquecimento da camada interior da microcápsula em que a temperatura deverá ultrapassar o ponto de amolecimento do termoplástico (camada exterior).

5.4 Tipos de Microcápsulas

Microcápsulas de Phase Change Materials (Micropcm): Os PCM são materiais que mudam de fase de sólido para líquido e de líquido para sólido, com a característica de absorverem grandes quantidades de energia ao mudarem de sólido para líquido e libertarem grandes quantidades de energia ao mudarem de líquido para sólido.

Os PCM são utilizados para o isolamento, com uma mudança de fase nos 16° C, e para manter a temperatura de conforto do corpo humano, com uma mudança de fase aos 28° C, respectivamente. As Micropcm são feitas de polímeros tais como ureia-formaldeído e melamina-formaldeído.

As principais aplicações actuais são os têxteis de inverno (fatos de ski, calçado para montanhismo, casacos) e os têxteis-lar (edredões, almofadas). Para além das aplicações têxteis, tudo o que se refira a conforto térmico é um potencial campo de aplicação de micropcm: construção civil, sector automóvel, etc.;

Microcápsulas de Aromas: A utilização de aromas, quer seja para fins terapêuticos (aromaterapia), ou apenas para a melhoria da ambiência, tem vindo a ser cada vez mais utilizada nas nossas casas, automóveis e locais de trabalho pelas suas reconhecidas qualidades na melhoria do bem estar das pessoas.

Actualmente, existem condições de fornecer soluções de microencapsulamento de aromas que podem ser utilizadas nas mais diversas aplicações, das quais se destacam os têxteis-lar (cortinados, edredões, almofadas, tapetes, sofás, etc.) e indústria automóvel (estofos, tapetes, etc.).

Estas cápsulas podem ser aplicadas através de métodos padrão de fixação de produtos em telas ou, em alternativa, serem misturadas com um ligante e submetidas a uma temperatura de fixação.

A libertação da fragrância dá-se de forma gradual, podendo durar meses ou mesmo anos, dependendo da intensidade de uso e das lavagens a que o material está sujeito.

Microcápsulas Anti-bacterianas: Os edredões substituíram os cobertores na maioria das casas, por serem mais leves, confortáveis e possuírem propriedades térmicas altamente eficazes em consequência de pequenas bolsas de ar que existem no enchimento. Contudo, os edredões, devido às condições quentes e húmidas do seu interior, podem alojar bactérias.

A Micropolis fornece uma solução, baseada no uso de microcápsulas, para a prevenção do desenvolvimento das bactérias. As microcápsulas são fixadas às fibras, libertando produtos anti-bacterianos, de uma forma muito lenta e durante um longo período de tempo, mantendo o edredão livre de bactérias.

Soluções tailor-made: Uma vez que qualquer produto é susceptível de ser microencapsulado, a Micropolis pretende, com esta solução, ir ao encontro das necessidades reais dos seus clientes.

A Micropolis prepara actualmente um projecto de expansão e diversificação de mercados e produtos.

5.5 A oportunidade

Produzir e comercializar microcápsulas de MF já desenvolvidas (PCM, aromas, anti-mosquito, anti-microbianas) na área dos têxteis funcionais.

Aplicar microcápsulas de PCM em artigos técnicos e Não-tecidos (já foi concedida patente nacional, aguarda patente em países estratégicos-E.U.A., Reino Unido, Alemanha, Itália, França, Espanha)

Transferir a tecnologia mais industrial para países terceiros (produção de microcápsulas)

Desenvolver microcápsulas de libertação controlada para diversas áreas de aplicação: hidratantes, cicatrizantes em cápsulas de quitosano (Aloe-Vera, Vitamina E, algas...) para têxteis funcionais; entrar na área dos têxteis médicos (Anti-microbianas); entrar na área dos cosméticos e “gels” para tratamento de pele; entrar na área alimentar (vitaminas, aromas...), entrar na área dos fármacos.

Note-se que a Micropolis é detentora de Know-how exclusivo neste processo de fixação de microcápsulas de PCM (micropcms), phase change materials, para artigos têxteis, com base em know-how próprio e pedido de duas patentes mundiais por parte da Universidade do Minho (exclusividade para a Micropolis). A 1ª para Não-tecidos já concedida em Portugal e a 2ª para tecidos, malhas e fios de algodão, PA e lã, em fase inicial (sem qualquer concorrência).

5.6 O futuro

O mercado para este tipo de aplicação já assumiu uma dimensão razoável nos últimos anos e continua a crescer. A razão prende-se com o “lead-time” mais curto e uma maior flexibilidade nos tamanhos, feitios e cores das peças. O novo método de aplicação das microcápsulas de PCM adapta-se particularmente bem a este processo, tendo já sido testadas com sucesso T-shirts, sweat-shirts e camisas.

Pretende-se assim, aplicar PCM e outras microcápsulas para tecidos e malhas (processo de aplicação já submetido a patente sem concorrência) e aplicar patente de PCM para não-tecidos (pastas de enchimento) para edredons, blusões e calçado (quando a patente for concedida: 2006-2008).

6. Programas de apoio à ITV

Nas décadas de 70 e 80, a ITV portuguesa desenvolveu as suas actividades principalmente devido a custos de mão de obra comparativamente mais baixos, proximidade de localização geográfica e afinidade cultural que favoreceram a deslocalização dos meios de produção de outras partes da Europa onde os custos da mão-de-obra eram consideravelmente mais elevados.

Desde os finais da década de 80 que a modernização do sector tem vindo a processar-se ao nível das empresas e das infraestruturas de apoio. O Estado Português e a União Europeia em muito contribuíram, e ainda contribuem, para essa modernização.

6.1 POE - Programa Operacional da Economia

O POE visa favorecer um acréscimo de produtividade e de competitividade das empresas portuguesas no mercado global e insere-se no Eixo 2 do Plano de Desenvolvimento Regional 2000-2006, contemplando os sectores industrial, energético, da construção, turístico, comercial e dos serviços.

Decorrente da natureza do Programa, o grau de coerência entre os objectivos/eixos prioritários/medidas do POE articula-se prioritariamente a nível da empresa, entendida no seu sentido lato: empreendedorismo, iniciativa, capacidades e relações com o meio envolvente. Na óptica do POE o desenvolvimento da economia é entendido como partindo da base empresarial, sendo a competitividade e os factores que a potenciam os principais alvos de actuação das medidas, inseridas nos vários eixos do Programa:

Eixo 1- Actuar sobre os factores de competitividade da empresa;

Eixo 2- Promover áreas estratégicas para o desenvolvimento;

Eixo 3- Melhorar a envolvente empresarial.

6.2 Programa Dínamo

Os sectores do TVC (têxtil, vestuário e calçado) são responsáveis por cerca de 25% das exportações portuguesas e constituem o maior empregador nacional. As alterações dos factores competitivos e os consequentes problemas estruturais, o alargamento da União Europeia, a liberalização em curso na Organização Mundial do Comércio e uma conjuntura económica difícil (retracção mundial da procura e do investimento) condicionam as estratégias empresariais e as decisões de localização e de investimento.

Com vista a potenciar os factores de competitividade dos sectores do TVC, o Governo português definiu o projecto Dínamo cujo objectivo primordial consiste em conceber e promover

acções que contribuam para uma efectiva melhoria do desempenho competitivo das empresas dos sectores TVC capazes de reposicionar os mesmos na respectiva Cadeia de Valor.

6.3 Atlas do Investimento

Com este projecto, apresentado pela ADRAVE – Agência de Desenvolvimento Regional do Vale do Ave, com o apoio da AMAVE - Associação de Municípios do Vale do Ave, ao Eixo 1 - medida 1.4 - Valorização e Promoção Regional e Local, do Programa Operacional da Região Norte, pretende-se colmatar, essencialmente, uma falta de informação organizada e sistematizada ao Empresário, sobre as infraestruturas industriais existentes na Região do Vale do Ave, sendo uma das áreas mais dinâmicas do país, com uma forte e reconhecida vocação industrial.

6.4 AGIIRE - Gabinete de Intervenção Integrada para a Reestruturação Empresarial

O AGIIRE, tem como missão acelerar o processo de transição e reestruturação empresarial, e minorar eventuais impactos negativos ao nível da coesão social e territorial, resultantes dos processos de reestruturação.

Criado através do Decreto Regulamentar nº 5/2005, de 12 de Julho de 2005, o AGIIRE funciona na dependência do Ministro da Economia e da Inovação, e é composto por representantes do Ministro da Economia e da Inovação, do Ministro de Estado e das Finanças, do Ministro do Trabalho e da Solidariedade Social, do Ministro da Justiça, do Ministro da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior, e do Ministro da Agricultura, do Desenvolvimento Rural e das Pescas. O Ministro da Economia e da Inovação assegura a coordenação dos trabalhos.

A actuação do AGIIRE obedece ao princípio da proactividade, tendo em vista potenciar o sucesso e antecipar as dificuldades decorrentes dos processos de reestruturação, ao princípio da proximidade face às empresas, aos trabalhadores e aos diversos agentes e parceiros locais, regionais e nacionais e ao princípio do respeito estrito pelas regras de mercado e de promoção de sã concorrência.

6.5 PRIME - Programa de Incentivos à Modernização da Economia

O PRIME integra um conjunto de instrumentos de política económica de médio prazo, até 2006, destinados aos sectores da Indústria, Energia, Construção, Transportes, Turismo, Comércio e Serviços, tendo sido instituído pela publicação da Resolução do Conselho de

Ministros n.º 101/2003, de 8 de Agosto, na sequência da aprovação formal pela Comissão Europeia a 14 de Maio de 2003.

Inserido no Eixo 2 do Plano de Desenvolvimento Regional, “Alterar o Perfil Produtivo em Direcção às Actividades de Futuro”, o PRIME visa, por um lado, reforçar a produtividade e competitividade das empresas e, por outro, promover novos potenciais de desenvolvimento.

Pretende-se, assim, assegurar um ambiente geral de concorrência sã, contribuindo para a revitalização do tecido empresarial, a incorporação nas empresas de investigação e desenvolvimento de novos produtos e métodos produtivos, a simplificação de processos, a desregulamentação e desburocratização e a qualificação dos recursos humanos, privilegiando, não só a sua formação técnico-científica, mas estimulando também o reforço da produtividade pelo desenvolvimento de tarefas mais motivadoras e compensadoras.

6.6 IMIT - Iniciativa para a Modernização da Indústria Têxtil

Programa co-financiado pelo Estado Português e pela União Europeia Reconhecida a necessidade da adaptação da Indústria Têxtil portuguesa às novas exigências da situação internacional, nomeadamente as resultantes do aumento da concorrência devida ao estabelecimento dos acordos do GATT, o Conselho da União Europeia adoptou o Regulamento (CE) n.º 852/95, de 10 de Abril de 1995, que para o período de 1995/1999, instituiu um programa específico de modernização da ITV de Portugal – o IMIT, cujo Regulamento de aplicação viria a ser aprovado pela Resolução do Conselho de Ministros n.º 96-A/95, de 6 de Outubro.

6.7 Quadro Comunitário de Apoio III

As Iniciativas Comunitárias são propostas pela Comissão Europeia aos Estados-membros e destinam-se a apoiar acções que contribuam para resolver problemas específicos com incidência a nível europeu.

Neste sentido o QCA III comporta 2 programas de apoio à indústria:

- O RETEX, com início em 1993, visava a modernização do tecido empresarial nas regiões particularmente afectadas pelo processo de reestruturação da indústria têxtil/vestuário. Destinatários: empresas, grupos de empresas, estruturas associativas ou outras entidades sem finalidade lucrativa.

- O PME dirigia-se à generalidade das pequenas e médias empresas dos sectores secundário e terciário designadamente, a indústria e artesanato, o turismo, comércio e alguns serviços. Destinatários: as PME de qualquer sector de actividade, individuais ou associadas para o desenvolvimento de projectos comuns e empresas do sector do turismo e da construção civil e obras públicas, que empregassem entre 50 e 250 trabalhadores.

7. Tendências futuras

A globalização da concorrência tem vindo a exercer pressão sobre o sector do têxtil e do vestuário no sentido de uma melhoria da competitividade assente sobretudo em factores dinâmicos de produtividade como a inovação, tecnologia, design, flexibilidade e cooperação. À medida que as restrições às importações foram sendo levantadas, os produtores com baixos custos revelaram-se capazes de produzir também com maior qualidade e produtividade.

A globalização do sector é um fenómeno incontornável que abre o mercado à concorrência internacional (nomeadamente a proveniente do Sudeste Asiático), com consequências ao nível do consumo e da oferta. Os consumidores passaram a ter acesso a produtos de mais baixo custo, o que implica uma substituição da produção nacional. Os centros de produção tendem a assumir maior mobilidade geográfica. As transformações a que o sector tem vindo a ser sujeito exigem, por parte das empresas uma adaptação das suas estratégias.

Em Portugal, o sector tem vindo a perder competitividade no mercado internacional não só porque os custos salariais têm aumentado, mas também porque surgiram novos fornecedores com custos salariais mais baixos. Portugal deixou de ter como vantagem o custo de mão-de-obra.

Com a globalização e a abertura da Europa ao leste, a geografia do sector torna-se volátil, deixando Portugal de ser um país de mão-de-obra barata. A tendência de algumas empresas do sector tem sido para a “terceirização”, acabando por deslocalizar parte do processo produtivo. Outra tendência verificada tem sido a crescente aposta em factores intangíveis como inovação, conhecimento e o design.

O motivo de maior preocupação para o sector têxtil e do vestuário poderá advir da dimensão relativamente reduzida, com as maiores empresas têxteis portuguesas a apresentarem volumes de negócios que oscilarão entre os 4% e os 2% dos das suas congéneres europeias e mundiais, respectivamente. Sem poder falar-se em fatalidade, estes números sugerem a possibilidade de virem a ocorrer operações de concentração no sector.

Com a produção mundial de produtos têxteis em declínio e com a produção mundial de vestuário praticamente estagnada, as maiores perdas verificam-se na Europa em especial na área do vestuário. Não se trata de uma perda conjuntural (como será provavelmente o caso da produção de produtos têxteis na Ásia), mas de uma perda estrutural: para que contribuem factores relacionados com o mercado de trabalho (custo da mão-de-obra; rigidez das leis laborais) e a cada vez maior abertura às importações. A América comporta-se, a este respeito, como um espaço mais fechado.

Em relação aos maiores exportadores, a China é hoje o maior exportador mundial de produtos têxteis e de vestuário, com uma quota de mercado cuja progressão só poderá ver-se travada por novos grandes produtores emergentes (caso do México, a que não deixará de se acrescentar um país como a Índia). Há ainda grandes exportadores europeus, todos eles com

uma quota de mercado em queda acentuada (casos da Alemanha e da Itália, e, partindo já de níveis mais baixos, da França e da Bélgica).

As exportações portuguesas de produtos têxteis e de vestuário concentram-se, quase exclusivamente, em países europeus com os Estados- Unidos a constituírem a única exceção, no que é normalmente considerado como um ponto fraco. Torna-se também evidente a dificuldade de penetração adicional nos mercados tradicionais, que terão de considerar-se maduros (casos da Alemanha, França e Reino- Unido). As oportunidades mais óbvias deverão encontrar-se no mercado espanhol, onde as exportações portuguesas não conseguem uma taxa de cobertura de mais de 60% das importações correspondentes.

As exportações portuguesas de produtos têxteis e de vestuário têm aumentado, mas a ritmo inferior ao do total das exportações o que se aceita e deverá mesmo considerar-se saudável. Menos saudável, pelo menos para o sector, é a sua crescente dificuldade de penetração nos mercados externos, tendência em curso desde há vários anos e que se tornou particularmente evidente no ano 2000 com uma queda das exportações, ainda que ligeira, em praticamente todos os segmentos da fileira têxtil. Como nas importações, torna-se evidente a necessidade de actualizar a base estatística.

Quanto às importações, os Estados- Unidos são o maior importador mundial de produtos têxteis e de vestuário, com uma quota de mercado que não pára de aumentar e que ultrapassa, hoje, os 20%. São bem menores as importações do Japão (uma economia muito mais fechada) e torna-se evidente a perda de quota de mercado das importações europeias (apesar da cada vez maior abertura dos mercados europeus). Com o decorrer do tempo, os maiores produtores e exportadores mundiais não deixarão de emergir como grandes importadores (o que já se verifica nos casos da China e do México).

Os Estados- Unidos absorvem mais de um quarto do total das importações mundiais de produtos de malha. Esta quota até ao momento, continua em aumento. O Japão tem uma quota de cerca de 10% e é o terceiro maior importador mundial, depois de Hong- Kong. A quota de mercado das importações europeias continua a diminuir (evidenciando tanto a perda relativa de população como a perda relativa de poder de compra do espaço europeu), com as excepções a residirem na Itália e no Reino- Unido.

Concluindo, Portugal deve basear a sua estratégia de desenvolvimento sustentado do sector que deverá enquadrar-se numa estratégia de desenvolvimento europeia, pautada pela estratégia da Resposta Rápida e outras a ela associadas, incluindo a formação de parcerias e agrupamentos de empresas transnacionais. O desenvolvimento do design e da inovação em termos de novos produtos e processos, as tecnologias mais limpas, o desenvolvimento do marketing e a orientação para segmentos de mercado de elevado valor acrescentado, deverão ser acompanhados por estratégias de redução dos custos, baseadas num aumento da eficácia e não numa redução de salários.

Os Têxteis Técnicos, incluindo o vestuário de protecção e os materiais compósitos, que constituem parte dos novos materiais, muito leves e extremamente resistentes, são produtos têxteis aplicados em áreas onde o desempenho técnico é primordial, o que os diferencia do

vestuário e têxteis-lar comuns, onde a estética representa um papel importante e o desempenho técnico é mais limitado. Estes produtos são aplicados em domínios muito diversos como os transportes, a aeronáutica e a aeroespacial, a medicina, a construção civil, a agricultura, a indústria militar, o desporto, o vestuário de protecção, etc. Este sector da indústria tem conhecido nos últimos anos um crescimento verdadeiramente espectacular, resultante das múltiplas aplicações que vão sendo descobertas para estes materiais.

O futuro do sector está na internacionalização dos seus produtos principalmente aqueles que contenham elevados níveis de diferenciação, quer pelo design, quer pela qualidade, quer pela inovação. A aposta na internacionalização das empresas nacionais passa também pelo desenvolvimento da marca "Portugal" como um país criador de produtos associados à moda.

8. Anexos

8.1 Classificação das Actividades económicas – Rev. 2.1.

Secção	Divisão	Grupo	Designação
--------	---------	-------	------------

D- Indústrias Transformadoras

17 – Fabricação de Têxteis

- | | |
|------|---|
| 171. | Preparação e fiação de fibras têxteis |
| | 1711 - Preparação e fiação de fibras do tipo algodão |
| | 1712 - Preparação e fiação de fibras do tipo lã cardada |
| | 1713 - Preparação e fiação de fibras do tipo lã penteada |
| | 1714 - Preparação e fiação de fibras de tipo linho |
| | 1715 - Preparação e fiação da seda e preparação e texturização de filamentos sintéticos e artificiais |
| | 1716 - Fabricação de linhas de costura |
| | 1717 - Preparação e fiação de outras fibras têxteis |
| 172. | Tecelagem de Têxteis |
| | 1721 - Tecelagem de fio do tipo algodão |
| | 1722 - Tecelagem de fio do tipo lã cardada |
| | 1723 - Tecelagem de fio do tipo lã penteada |
| | 1724 - Tecelagem de fio do tipo seda |
| | 1725 - Tecelagem de fio de outros têxteis |
| 173. | Acabamento de Têxteis |
| | 17301 - Branqueamento e tingimento |
| | 17302 - Estampagem |
| | 17303 - Acabamento de fios e tecidos, n.e. |
| 174. | Fabricação de artigos têxteis confeccionados, excepto vestuário |
| 175. | Outras Indústrias Têxteis |
| | 1751 - Fabricação de tapetes e carpetes |
| | 1752 - Fabricação de cordoaria e redes |
| | 1753 - Fabricação de cordoaria |
| | 1754 - Fabricação de redes |
| | 1755 - Fabricação de não tecidos e respectivos artigos, excepto vestuário |
| | 1756 - Outras indústrias têxteis, n.e. |

- 176. Fabricação de Tecidos de Malha
- 177. Fabricação de Artigos de Malha
 - 1771 - Fabricação de meias e artigos similares de malha
 - 1772 - Fabricação de puloveres, casacos e artigos similares de malha

18 – Indústria do Vestuário, Preparação, Tingimento e Fabricação de Artigos de Peles com Pêlo

- 181. Confeção de artigos de vestuário em couro
- 182. Confeção de outros artigos e acessórios de vestuário
 - 1821 - Confeção de vestuário de trabalho e de uniformes
 - 1822 - Confeção de outro vestuário exterior
 - 1823 - Confeção de vestuário interior
 - 1824 - Confeção de outros artigos e acessórios de vestuário, n.e.
- 183. Preparação, tingimento e fabricação de artigos de peles com pêlo

No que diz respeito ao posicionamento relativamente ao mercado, é possível identificar quatro grandes tipos de empresas:

Tipo “A”: empresas meramente produtoras, cujos clientes principais são outras empresas igualmente produtoras (tipo “B” ou “C”), ou grandes centrais de compras. Estas empresas funcionam como unidades complementares de produção, muitas delas especializadas em determinado tipo de produtos. Asseguram a capacidade de entrega e a flexibilidade das outras empresas. A sua capacidade comercial é praticamente nula ou insuficiente.

Tipo “B”: estas empresas, que já podemos considerar como unidades autónomas, possuem um sector comercial desenvolvido, podendo ter colecção própria, mas dedicam-se essencialmente ao CMT e, as mais evoluídas, ao desenvolvimento industrial do produto e ao *private label* – tendo como clientes as grandes cadeias de retalhistas multimarca, hipermercados e cadeias de monomarca com estrutura fabril nula ou insuficiente.

Tipo “C”: empresas que praticam uma política que vai desde o “*private label* reactivo” a uma política de “marca”, desenvolvendo as suas colecções próprias. Este grupo é igualmente bastante heterogéneo, compreendendo empresas cuja produção não é comercializada sob a sua marca, até às que apenas comercializam sob marca/s própria e/ou que dominam

integralmente o circuito comercial (lojas próprias ou franchisadas). Estas últimas são uma minoria.

Tipo “D”: empresas geralmente de dimensão significativa, que resultam da deslocalização de produção de empresas estrangeiras. O início da fase actual de desindustrialização do sector começou exactamente no fecho, ou na diminuição de capacidade instalada deste tipo de empresas.

A maioria das empresas exportadoras a operar na Indústria do Vestuário são do tipo B. Estas são as empresas mais expostas às ameaças da concorrência. Frequentemente a angariação dos seus clientes é efectuada por intermédio de agentes de compras que se estabelecem em Portugal, dispõe de uma carteira de clientes diminuta e cada vez mais as ameaças externas surgem ao nível dos custos de produção e *know how*, elementos até aqui controlados pelas empresas.

As empresas do tipo C são as que se apresentam melhor posicionadas no mercado, dada a sua grande flexibilidade e capacidade de adaptação e resposta a padrões de exigência cada vez mais elevados quanto à qualidade, cumprimento de prazos e satisfação de encomendas progressivamente mais pequenas. Algumas destas empresas adoptaram como estratégia de médio prazo a distribuição dos seus produtos a nível internacional, o que significa avançar para o fabrico e comercialização de colecções com marca própria.

9. Bibliografia

9.1 Referências bibliográficas

- Porter, M. E. 1980. Competitive Strategy. The Free Press.
- Porter, M. E. 1985. Competitive Advantage. The Free Press.
- Prahalad C. K., Hamel G. 1990. "The Core Competencies of the Corporation". Harvard Business Review, Vol. 68, nº 3.
- Abel D. F. 1980. Defining the Business: The Starting Point of Strategic Planning, Prentice Hall.

9.2 Estudos publicados

- Estudo Sectorial. CITEVE Benchmarking. Vila Nova de Famalicão. Julho 2004.
- Têxtil & Vestuário. ICEP Portugal. Janeiro 2005.
- A ITV Nacional no ano 2010. CENESTAP (CITEVE/UBI/UM). Vila Nova de Famalicão. Janeiro 2005.
- ITV@2010 – Building New Competitive Advantages. CENESTAP/Kurt Salmon Associates FTGrup. Janeiro 2005.
- As 100 Maiores Empresas da Indústria Têxtil e do Vestuário. CENESTAP. Janeiro 2005.
- Mercados Mundiais para Têxteis Técnicos: Previsões para 2010. CENESTAP. Janeiro 2004.
- Análises "SWOT" Sectoriais. ICEP Portugal. Novembro 2001.
- Local Strategic Textile Plans. General Report. Junho 2005.

9.3 Outras referências

Associações Sectoriais da ITV

- ANIL – Associação Nacional das Indústrias de Lanifícios - <http://www.anil.pt>
- APIM – Associação Portuguesa das Indústrias de Malha e de Confecção - <http://www.apim.pt>
- Anivec/APIV – Associação Nacional das Indústrias de Vestuário e Confecção - <http://www.anivec.com>
- ATP – Associação de Têxteis e Vestuário de Portugal - <http://www.atp.pt>
- CENESTAP – Centro de Estudos Têxteis Aplicados - <http://www.cenestap.pt>
- ACTE - Associação das Colectividades Têxteis Europeias - <http://www.acte.net>

Centros Tecnológicos

CITEVE – Centro Tecnológico das Indústrias Têxteis e do Vestuário de Portugal - <http://www.citeve.pt>

IDITE-Minho – Instituto de Desenvolvimento e Inovação Tecnológica do Minho - <http://www.idite-minho.pt>

Institutos Públicos

INE – Instituto Nacional de Estatística – www.ine.pt

IAPMEI – Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e ao Investimento - <http://www.iapmei.pt>

ICEP – Investimento, Comércio e Turismo de Portugal - <http://www.icep.pt>

Outras associações de interesse

Portugal Têxtil - <http://www.portugaltexil.com>

Alminho – Associação Industrial de Minho - <http://www.aiminho.pt>

AIP – Associação Industrial Portuguesa - www.aip.pt

AEP – Associação Empresarial Portuguesa - <http://www.aeportugal.pt>

Confederação da Indústria Portuguesa - <http://www.cip.org.pt>

Organizações internacionais e outras fontes relevantes

OCDE – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico - <http://www.oecd.org/>

WTO – World Trade Organisation - <http://www.wto.org/>

Eurostat - <http://epp.eurostat.ec.eu.int>

Euratex – The European Apparel and Textile Organisation - www.euratex.org